

УДК 378.147:371.124:811.1  
ББК 4448.985

ГСНТИ 14.35.01

Код ВАК 13.00.02; 13.00.01

### **Мурзич Александра Николаевна,**

ассистент, кафедра английской филологии и сопоставительного языкознания, Институт иностранных языков, Уральский государственный университет; 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26; e-mail: [radoslava@inbox.ru](mailto:radoslava@inbox.ru)

## **МЕТОДИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ СРЕДСТВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** культура; культурные ценности; методическая типология; образование.

**АННОТАЦИЯ.** Предпринята попытка разработать типологию средств, которые помогут учителю иностранного языка знакомить учащихся с культурными ценностями родной страны и страны изучаемого языка.

### **Murzych Aleksandra Nikolaievna,**

Assistant Lecturer of Department of English Philology and Comparative Linguistics, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

## **METHODOLOGICAL TYPOLOGY OF THE MEANS OF CULTURAL VALUES CONVEYING**

**KEY WORDS:** culture; cultural values; methodological typology; education.

**ABSTRACT.** The article deals with the attempt to create a methodological typology of means that can help teachers of foreign languages to present cultural values of both foreign and native language countries.

Образование и культура во все времена остаются неразрывно связанными. Образование названо одним из институтов трансляции культуры [2], и роль учителя в данном процессе сложно переоценить, особенно если речь идет о преподавании иностранного языка. Помимо толерантного отношения к иноязычной культуре, учащиеся должны уметь представлять свою страну и ее культуру в процессе межкультурной коммуникации, участвовать в диалоге культур [4]. Причем рассматривать следует не только «высокую культуру» – историю, литературу, искусство, географию, но и «повседневную культуру» – поведение в быту, традиции, верования и т. п. [3].

Учитель знакомит учащихся с культурными ценностями страны изучаемого языка и помогает глубже понять ценности родной культуры. Для решения такой задачи необходимы определенные средства. Главное средство передачи любой информации, в том числе культуроведческой – это язык. На уроках иностранного языка он является как средством коммуникации, так и предметом изучения и анализа, поэтому будем рассматривать его, во-первых, как самостоятельную ценность, которую учащиеся осваивают в процессе занятий, во-вторых, как воплощение менталитета, нравственных ценностей народа-носителя языка, зафиксированных в пословицах, поговорках, крылатых выражениях, а также в отдельных лексических единицах и грамматических структурах.

Культурной ценностью является искусство во всем многообразии его видов: музыка, литература, архитектура, изобразитель-

ное, декоративно-прикладное, театральное искусство, фотоискусство, киноискусство и т. д. – а также фольклор (обычаи, традиции, праздники, обряды, ритуалы, игры, ремесла). Некоторые произведения искусства так же, как язык, несут на себе двойную ценностную нагрузку. Обладая художественной или исторической ценностью сами по себе, они, кроме того, являются воплощением, а значит – средством передачи более глубоких духовных ценностей: моральных, нравственных, религиозных и т. д. Сюда можно отнести произведения изобразительного, декоративно-прикладного, театрального искусства, литературу, кино; а также национальные традиции и обряды.

Самый первый источник информации о культуре для ребенка – это его родители, затем воспитатели в детском саду, учителя, сверстники. Это касается как культуры повседневного поведения, ориентированной на определенные ценностные установки общества, так и сведений о более широких и глубоких культурных пластах. Передача информации о культурных ценностях подобным образом осуществляется на личном примере в повседневном общении, а также целенаправленно – назовем это тематическими беседами.

Средства массовой коммуникации – газеты, журналы, радио, телевидение, Интернет – также играют немаловажную роль в распространении культурных ценностей. Они отражают ценностные ориентиры общества и могут стать инструментом укоренения таких ориентиров. Через СМИ ведется трансляция концертов, спектаклей, показ художественных и документальных филь-

мов; с их помощью упомянутые выше тематические беседы можно проводить в формате публикаций, теле-радиопередач или интернет-форума.

Передача культурных ценностей при помощи любых из вышеназванных средств – это процесс коммуникации. «Коммуникация (лат. *communicatio*, от *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь)... общение, передача информации от человека к человеку – специфическая форма взаимодействия людей..., осуществляющаяся главным образом при помощи языка (реже при помощи других знаковых систем)...» [1, с. 556]. Коммуникативный процесс происходит между писателем и читателем, фотографом и зрителем, автором передачи и слушателем. Произведения искусства, язык, фольклор – это самостоятельные ценности, и при взаимодействии с ними коммуникативный процесс происходит напрямую. Картины Дж. Тернера или работы златоустовских мастеров являются культурной ценностью, и это очевидно. Однако любое произведение искусства – это порождение своего времени, отражающее присущие ему нравственные устои, эстетические идеалы и мировоззрение, а менталитет народа находит отражение в его языке и традициях. Передача культурных ценностей более глубокого уровня происходит косвенно при знакомстве с шедеврами живописи, скульптурными или музыкальными произведениями, фольклором. Такие средства распространения культурных ценностей, как СМИ, тематические беседы и личный пример также будут относиться к косвенным.

С какой бы целью человек ни взаимодействовал с культурными ценностями – от развлечения и удовлетворения эстетических потребностей до глубокого научного изучения – в любом случае это влияет на человека, сказывается на формировании качеств личности, мировоззрения, привычек и пристрастий, чему-то учит. Говоря о средствах распространения культурных ценностей, можно выделить те, которые имеют непосредственную цель научить, – назовем их «обучающими». Это, в первую очередь, личный пример (родители, воспитатели, учителя), тематические беседы, документальные и учебные фильмы и книги культуроведческой тематики, фольклор (обычаи, праздники, обряды, ритуалы, игры, ремесла) при условии прямой передачи от носителя традиции. Сюда же относится язык как ценность: обучение языку есть целенаправленная передача культурной ценности от учителя к обучаемому. В свою очередь существуют такие средства распространения ценностей, которые учат, но учат исподволь, не имея изначально таковой це-

ли. Назовем их мотивирующими, с их помощью происходит удовлетворение культурных потребностей личности. Это художественные фильмы и книги, искусство, средства массовой информации и язык как отражение мировоззрения.

Поскольку речь идет об обучении иностранному языку, нельзя забывать, что применение средств распространения культурных ценностей на уроке должно соотноситься с основными целями обучения – практической, образовательной, воспитательной и развивающей. Помимо этого можно отдельно выделить средства распространения культурных ценностей, применяемые в классе, и те, которые используются главным образом во внеурочной деятельности.

Таким образом, средства распространения культурных ценностей делятся:

- по уровню коммуникации (способ общения со зрителем / слушателем / читателем):

- прямые (самостоятельные ценности) – произведения искусства родной страны и страны изучаемого языка, язык (иностранннй и родной), фольклор – при условии личного участия в обрядах, праздниках, народных играх и т. п.;

- косвенные (выражение духовных, нравственных ценностей общества) – иностранный и родной язык, произведения изобразительного, декоративно-прикладного, театрального искусства, литература, кино родной страны и страны изучаемого языка, личный пример (семья, школа и т. д.), тематические беседы культуроведческого, страноведческого содержания на родном и иностранном языках, СМИ, Интернет;

- по целевой направленности (наличие / отсутствие прямой цели научить и / или научиться):

- обучающие – личный пример (семья, школа и др.), тематические беседы культуроведческого, страноведческого содержания на родном и иностранном языках, язык (родной и иностранный) как самостоятельная ценность, кино (документальные и учебные фильмы культуроведческого, страноведческого содержания), литература (документальные и учебные книги культуроведческого, страноведческого содержания), фольклор – при условии прямой передачи от носителя традиции;

- мотивирующие (направленные на удовлетворение культурных потребностей личности) – СМИ, Интернет, произведения искусства родной страны и страны изучаемого языка, театр, кино (художественные фильмы), литература (художественная),

язык (родной и иностранный) как отражение духовных ценностей;

- по педагогическому воздействию (соотношение с основными целями обучения иностранному языку):

- образовательные (направленные на расширение кругозора) – произведения искусства родной страны и страны изучаемого языка, фольклор, язык (родной и иностранный) как самостоятельные ценности, СМИ, Интернет;

- воспитывающие (направленные на развитие духовных качеств личности учащегося) – произведения искусства родной страны и страны изучаемого языка, язык (иностраннй и родной), фольклор как отражение духовных ценностей; личный пример (семья, школа и т. д.), тематические беседы культуроведческого, страноведческого содержания на родном и иностранном языках, СМИ, Интернет;

- развивающие (направленные на развитие психических функций, эмоциональной сферы личности учащихся) – язык (иностраннй и родной), театр, кино, литература (на родном и иностранном языках), произведения искусства родной страны и страны изучаемого языка, личный пример (семья, школа и т. д.);

- практико-ориентированные (направленные на овладение иностранным языком) – иноязычное кино и литература, иностранный язык, тематические беседы культуроведческого, страноведческого содержания, СМИ, Интернет (иноязычные газеты, журналы, сайты);

- по форме организации учебной деятельности:

- академические (реализуемые на уроке иностранного языка) – язык, литература, кино (на иностранном и родном языках), музыка, личный пример (учитель), СМИ (газеты, журналы, записи телерадиопередач культуроведческого, страноведческого характера на иностранном и родном языках);

- внеклассные (реализуемые вне урока иностранного языка) – живопись, скульптура, архитектура театр тематические беседы культуроведческого, страноведческого содержания на родном и иностранном языках, СМИ, Интернет.

Данная типология условна, разработана в методических целях для удобства выбора тех средств распространения культурных ценностей, которые лучше всего отвечают поставленным задачам на конкретном этапе обучения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь: справочник / гл. редактор А. М. Прохоров. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998.
2. Радугин А. А. Энциклопедический словарь по культурологии. М.: Центр, 1997.
3. Сергеева Н. Н., Новикова В. В. Проектная деятельность как средство развития социокультурной компетенции будущих учителей иностранного языка // Педагогическое образование в России / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2011. №1. С. 214-221.
4. Сергеева Н. Н., Чикунова А. Е. Аутентичные видеоматериалы как средство развития социокультурной компетенции студентов неязыкового вуза: классификация, комплекс упражнений, этапы работы // Педагогическое образование в России / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2011. № 1. С. 147-158.

Статью рекомендует канд. пед. наук, доц. Е. А. Казакова.